

ANALISIS STRATEGI PROMOSI BARONGSAI MELALUI INSTAGRAM REELS @KEVINLOANDA

¹Adhitya Daniel Putra ² Alfian Pratama

¹Universitas Buddhi Dharma

¹Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang

¹adhityadaniel82@gmail.com ²r.sellosatrio89@gmail.com

Kata kunci:

Instagram

Reels

Strategi promosi

Barongsai

AIDA

Social Media Marketing

Article history:

Received:

11 November 2025

Accepted:

20 November 2025

Available online:

12 February 2026

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong perubahan signifikan dalam strategi promosi, termasuk dalam upaya pelestarian dan pengenalan budaya tradisional. Barongsai sebagai salah satu seni pertunjukan tradisional Tionghoa menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di tengah dominasi budaya populer modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi barongsai melalui *Instagram Reels* yang dilakukan oleh Kevin Loanda sebagai influencer budaya. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap satu narasumber utama dan enam pengikut aktif akun Instagram @kevinloanda, observasi digital, serta analisis konten visual. Kerangka analisis menggunakan teori *Social Media Marketing* dan model AIDA untuk memahami proses komunikasi promosi yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram Reels dimanfaatkan secara optimal melalui kekuatan visual, musik tradisional, dan narasi budaya yang dikemas secara modern.

ABSTRACT

This study aims to understand the role of endorsements by Tasya Farasya as a beauty influencer in influencing the cosmetic purchasing decisions of her Instagram followers (@tasyafarasya). Using a descriptive qualitative method with in-depth interviews and content observation techniques, the findings reveal that Tasya Farasya's endorsements have a significant impact through factors such as credibility, expertise, persuasive communication style, detailed content supported by visual evidence, and honesty in product reviews. In addition to rational factors, emotional influences were also identified, including trust, admiration, a positive mood, and the desire to feel more confident. These findings support the theories of Electronic Word of Mouth (e-WOM) and consumer behavior, showing that endorsements affect stages ranging from information search to the final purchase decision.

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam pola komunikasi masyarakat. Perkembangan internet yang semakin masif, ditopang oleh kehadiran berbagai platform media sosial, telah mengubah cara individu berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun relasi sosial. Komunikasi yang sebelumnya bergantung pada pertemuan tatap muka kini dapat dilakukan secara instan tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial tidak lagi dipahami semata-mata sebagai sarana hiburan atau komunikasi personal, melainkan telah berkembang menjadi medium strategis yang memiliki peran penting dalam membentuk opini publik, menyebarkan informasi, serta mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai isu, termasuk isu kebudayaan.

Dalam perkembangannya, media sosial dimanfaatkan secara luas dalam berbagai bidang, seperti promosi, pemasaran, pendidikan, hingga kampanye sosial dan budaya. Karakteristik media sosial yang interaktif, cepat, dan visual menjadikannya sarana yang efektif untuk menjangkau audiens yang beragam. Informasi dapat disebarluaskan secara luas dalam waktu singkat, sekaligus memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengirim pesan dan penerima pesan. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai ruang strategis yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, tetapi juga membangun keterlibatan dan hubungan jangka panjang dengan audiens.

Dalam ranah kebudayaan, kehadiran media sosial membuka peluang baru bagi pelaku budaya untuk memperkenalkan dan melestarikan seni tradisional yang selama ini lebih banyak bergantung pada pertunjukan langsung. Arus modernisasi dan globalisasi membawa perubahan signifikan terhadap selera dan pola konsumsi budaya masyarakat. Generasi muda, sebagai kelompok yang paling aktif menggunakan media digital, cenderung lebih tertarik pada budaya populer dan konten yang bersifat modern, singkat, serta visual. Kondisi ini menyebabkan berbagai bentuk seni tradisional menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di tengah dominasi budaya global dan digital.

Seni tradisional yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan media dan perilaku audiens berisiko mengalami penurunan minat, bahkan kehilangan relevansinya di mata generasi muda. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang mampu menjembatani nilai-nilai tradisi dengan karakteristik media dan audiens masa kini. Media sosial menjadi salah satu alternatif yang potensial untuk menjawab tantangan tersebut, karena memungkinkan seni tradisional dikemas ulang dalam format yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens digital.

Salah satu bentuk kebudayaan tradisional yang menghadapi tantangan tersebut adalah barongsai. Barongsai merupakan seni pertunjukan tradisional Tionghoa yang memiliki sejarah panjang dan kaya akan makna simbolik serta nilai filosofis. Setiap gerakan dalam pertunjukan barongsai mengandung simbol harapan akan keberuntungan, kekuatan, kemakmuran, dan keharmonisan. Selain itu, barongsai juga merepresentasikan nilai kebersamaan, disiplin, dan kerja sama tim yang kuat, karena pertunjukan ini melibatkan koordinasi yang kompleks antara para pemain.

Dalam perkembangannya, barongsai tidak hanya dipertunjukkan dalam konteks ritual budaya atau perayaan tertentu, tetapi juga berkembang sebagai olahraga prestasi yang diperlombakan secara nasional maupun internasional. Perkembangan ini menunjukkan bahwa barongsai memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan zaman. Namun demikian, potensi tersebut tidak selalu diiringi dengan tingkat apresiasi dan keterlibatan generasi muda yang memadai. Perubahan gaya hidup masyarakat modern, keterbatasan ruang pertunjukan, serta minimnya eksposur budaya tradisional di media arus utama menjadi faktor yang mempengaruhi keberlanjutan seni barongsai.

Generasi muda saat ini tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka terbiasa mengakses informasi dan hiburan melalui gawai pribadi, dengan durasi konsumsi konten yang relatif singkat dan intensitas yang tinggi. Konten visual singkat, dinamis, dan interaktif menjadi bentuk sajian yang paling diminati. Platform media sosial seperti Instagram menjadi ruang utama bagi generasi muda dalam mencari hiburan, mengekspresikan diri, serta membangun identitas sosial. Dalam konteks ini, seni tradisional yang disajikan dalam format konvensional sering kali dianggap kurang menarik dan sulit diakses.

Oleh karena itu, promosi budaya tradisional perlu disesuaikan dengan karakteristik media sosial yang mengutamakan visual, kecepatan, dan kreativitas. Pendekatan konvensional yang

bersifat formal, panjang, dan satu arah cenderung kurang efektif dalam menarik perhatian audiens muda di tengah arus informasi yang sangat padat. Diperlukan pendekatan baru yang lebih komunikatif, partisipatif, dan relevan dengan kebiasaan audiens digital, tanpa menghilangkan esensi dan nilai budaya yang ingin disampaikan.

Instagram sebagai salah satu platform media sosial populer menyediakan berbagai fitur yang mendukung penyebaran konten visual secara kreatif. Salah satu fitur yang paling menonjol adalah Instagram Reels, yaitu format video berdurasi pendek yang menggabungkan elemen visual, audio, dan teks. Instagram Reels dirancang untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui sistem rekomendasi dan halaman eksplor, sehingga konten yang diunggah memiliki peluang besar untuk dilihat oleh pengguna di luar lingkaran pengikut langsung. Karakteristik ini menjadikan Reels sebagai medium yang potensial untuk mempromosikan budaya tradisional dalam format yang lebih modern dan mudah diterima.

Melalui Instagram Reels, pesan budaya dapat disampaikan secara ringkas namun tetap menarik. Durasi video yang singkat mendorong pembuat konten untuk menampilkan inti pesan secara padat dan visual, sehingga sesuai dengan pola konsumsi media generasi muda. Selain itu, fitur ini memungkinkan terjadinya interaksi yang intens melalui komentar, tanda suka, dan berbagi ulang konten. Interaksi tersebut membuka ruang dialog antara pembuat konten dan audiens, yang pada akhirnya dapat membangun keterlibatan emosional dan rasa memiliki terhadap budaya yang ditampilkan.

Pemanfaatan Instagram Reels sebagai media promosi budaya dapat dilihat dari aktivitas Kevin Loanda, seorang influencer budaya yang secara konsisten menampilkan konten barongsai melalui akun Instagram @kevinloanda. Kevin Loanda memanfaatkan Reels untuk menampilkan berbagai aspek barongsai, mulai dari pertunjukan, proses latihan, hingga dinamika dan kebersamaan dalam tim. Konten tersebut tidak hanya disajikan sebagai hiburan visual, tetapi juga mengandung pesan edukatif mengenai nilai-nilai budaya yang melekat pada barongsai.

Pendekatan yang dilakukan Kevin Loanda menunjukkan adanya strategi komunikasi yang terencana dalam mengemas budaya tradisional agar tetap relevan di era digital. Barongsai tidak ditampilkan sebagai simbol budaya yang kaku dan jauh dari kehidupan sehari-hari, melainkan sebagai aktivitas yang hidup, dinamis, dan dekat dengan audiens. Melalui pendekatan visual yang menarik dan narasi yang sederhana, konten barongsai menjadi lebih mudah dipahami dan dinikmati oleh generasi muda yang sebelumnya kurang akrab dengan seni tradisional.

Dalam perspektif ilmu komunikasi, promosi budaya melalui media sosial merupakan bentuk komunikasi persuasif yang melibatkan perencanaan pesan, pemilihan media, serta pemahaman mendalam terhadap karakter audiens. Aktivitas promosi yang dilakukan melalui Instagram Reels tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang berkelanjutan antara pembuat konten dan audiens. Hubungan ini tercermin dari tingkat keterlibatan audiens yang ditunjukkan melalui berbagai bentuk interaksi di media sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori Social Media Marketing sebagai landasan analisis untuk memahami bagaimana media sosial dimanfaatkan dalam membangun hubungan dan keterlibatan audiens secara strategis. Teori ini menekankan pentingnya pemahaman terhadap audiens, kejelasan tujuan promosi, perencanaan strategi komunikasi, serta pemanfaatan teknologi digital secara optimal. Penerapan teori ini dalam konteks promosi budaya diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik komunikasi budaya di media sosial.

Selain itu, model AIDA digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami tahapan komunikasi promosi yang terjadi dalam konten Instagram Reels. Model ini menjelaskan bagaimana sebuah pesan promosi mampu menarik perhatian audiens, membangkitkan minat, menumbuhkan keinginan, hingga mendorong tindakan nyata. Dalam konteks promosi budaya, model AIDA relevan untuk melihat sejauh mana konten barongsai yang ditampilkan mampu mempengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku audiens di media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi barongsai melalui Instagram Reels @kevinloanda serta memahami penerapan teori Social Media Marketing dan model AIDA dalam membentuk keterlibatan audiens terhadap budaya barongsai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian komunikasi promosi budaya di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi pelaku budaya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif, adaptif, dan relevan dengan karakter generasi muda, tanpa menghilangkan nilai-nilai budaya yang menjadi identitas utama seni tradisional.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai strategi promosi budaya barongsai yang dilakukan melalui media sosial Instagram Reels. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami proses komunikasi, makna, serta strategi yang dibangun dalam aktivitas promosi budaya, bukan untuk mengukur fenomena secara statistik atau menguji hubungan antar variabel. Dengan pendekatan ini, penelitian mampu menggambarkan realitas promosi budaya sebagaimana berlangsung secara alami di ruang digital, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial oleh pelaku budaya.

Pendekatan deskriptif digunakan untuk memaparkan secara rinci bagaimana strategi promosi barongsai dijalankan, mulai dari perencanaan konten, penyajian pesan, hingga respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Melalui deskripsi yang mendalam, penelitian ini berusaha menampilkan gambaran utuh mengenai praktik promosi budaya barongsai di Instagram Reels tanpa melakukan manipulasi atau perlakuan tertentu terhadap subjek penelitian. Dengan demikian, data yang diperoleh merepresentasikan kondisi aktual yang terjadi di lapangan digital.

Subjek utama dalam penelitian ini adalah Kevin Loanda, seorang influencer budaya yang secara aktif memproduksi dan mengunggah konten barongsai melalui akun Instagram @kevinloanda. Pemilihan Kevin Loanda sebagai subjek penelitian dilakukan secara purposif dengan beberapa pertimbangan. Pertama, Kevin memiliki konsistensi dalam mengunggah konten yang berkaitan dengan barongsai. Kedua, akun Instagram yang dikelolanya memiliki jumlah pengikut yang relevan dan menunjukkan tingkat interaksi yang cukup tinggi. Ketiga, konten yang dihasilkan tidak hanya menampilkan pertunjukan, tetapi juga memuat unsur edukasi dan nilai budaya yang sejalan dengan fokus penelitian.

Selain subjek utama, penelitian ini melibatkan enam orang pengikut aktif akun Instagram @kevinloanda sebagai informan pendukung. Informan pendukung dipilih berdasarkan intensitas keterlibatan mereka dalam berinteraksi dengan konten, seperti memberikan komentar, menyukai unggahan, serta berpartisipasi dalam aktivitas interaktif yang ditampilkan melalui Instagram Reels. Keterlibatan pengikut aktif ini penting untuk memperoleh sudut pandang audiens mengenai bagaimana pesan budaya diterima, dipahami, dan dimaknai. Kehadiran informan pendukung juga membantu peneliti memperoleh gambaran mengenai efektivitas strategi promosi dari perspektif penerima pesan.

Objek penelitian ini adalah strategi promosi barongsai yang ditampilkan melalui konten Instagram Reels. Strategi promosi tersebut mencakup berbagai unsur, antara lain bentuk pesan yang disampaikan, gaya penyajian visual, penggunaan audio atau musik pengiring, narasi budaya yang dibangun, serta pola interaksi antara pembuat konten dan audiens. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana unsur-unsur tersebut dikombinasikan secara strategis untuk membangun perhatian, menumbuhkan minat, menciptakan keterlibatan emosional, dan mendorong tindakan audiens terhadap budaya barongsai.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara mendalam, observasi digital, dan analisis konten visual. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur kepada Kevin Loanda sebagai narasumber utama. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai latar belakang pembuatan konten, tujuan promosi yang ingin dicapai, strategi komunikasi yang digunakan, serta pandangan subjek terhadap peran media sosial dalam pelestarian budaya barongsai. Pendekatan semi-terstruktur memungkinkan peneliti memperoleh data yang terarah sekaligus memberi ruang bagi narasumber untuk menyampaikan pandangan secara lebih bebas dan mendalam.

Wawancara juga dilakukan kepada enam pengikut aktif akun Instagram @kevinloanda. Wawancara dengan informan pendukung ini bertujuan untuk mengetahui persepsi audiens terhadap konten barongsai yang ditampilkan, daya tarik visual dan narasi budaya yang disajikan, serta motivasi mereka dalam berinteraksi dengan konten tersebut. Melalui wawancara ini, peneliti memperoleh pemahaman mengenai bagaimana strategi promosi yang dilakukan diterima dan dimaknai oleh audiens.

Observasi digital dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas akun Instagram @kevinloanda dalam kurun waktu tertentu. Observasi ini mencakup frekuensi unggahan konten, jenis konten Reels yang dipublikasikan, penggunaan caption dan hashtag, serta bentuk interaksi yang muncul seperti komentar, jumlah likes, dan respons balik dari pemilik akun. Observasi digital memungkinkan peneliti memahami dinamika komunikasi yang terjadi di media sosial secara natural tanpa melakukan intervensi terhadap aktivitas subjek.

Analisis konten visual digunakan untuk menelaah secara lebih mendalam elemen-elemen pesan yang terdapat dalam Instagram Reels. Analisis ini mencakup komposisi visual, warna kostum barongsai, gerakan atraktif yang ditampilkan, penggunaan musik tradisional Tionghoa, serta narasi singkat yang menyertai video. Melalui analisis ini, peneliti mengidentifikasi bagaimana unsur visual dan audio dimanfaatkan sebagai alat komunikasi persuasif dalam promosi budaya barongsai.

Analisis data dilakukan secara tematik melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara, observasi digital, dan analisis konten kemudian dikelompokkan sesuai dengan kerangka teori *Social Media Marketing* yang meliputi aspek People, Objectives, Strategy, dan Technology. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model AIDA untuk melihat bagaimana strategi promosi membangun perhatian, minat, keinginan, dan tindakan audiens.

Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari narasumber utama dan informan pendukung, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi digital, dan analisis konten visual. Dengan penerapan teknik ini, penelitian diharapkan memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi serta mampu menggambarkan strategi promosi barongsai melalui Instagram Reels secara utuh dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

III.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Kevin Loanda secara konsisten memanfaatkan fitur Instagram Reels sebagai sarana utama dalam menyebarkan pesan budaya barongsai. Pemilihan Instagram Reels didasarkan pada karakteristik platform yang menekankan kekuatan visual, durasi singkat, serta kemudahan akses bagi pengguna media sosial. Dalam konteks promosi budaya, format video pendek ini memberikan ruang bagi penyampaian pesan yang padat, ringkas, dan langsung pada inti, tanpa harus mengorbankan daya tarik visual. Melalui Reels, barongsai tidak hanya ditampilkan sebagai pertunjukan sesaat, tetapi hadir secara berkelanjutan di ruang digital yang dekat dengan keseharian generasi muda.

Pemanfaatan Instagram Reels memungkinkan konten barongsai bersaing dengan berbagai jenis konten hiburan lain yang mendominasi media sosial. Kevin Loanda mampu menyesuaikan penyajian barongsai dengan karakteristik algoritma dan perilaku pengguna Instagram yang cenderung cepat dan selektif dalam memilih tontonan. Dengan menampilkan potongan gerakan yang paling atraktif, ritme video yang dinamis, serta visual yang kuat sejak awal, konten barongsai memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan perhatian audiens. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi budaya tidak hanya bergantung pada nilai budaya itu sendiri, tetapi juga pada kemampuan mengemas pesan agar relevan dengan pola konsumsi media digital.

Dalam perspektif *Social Media Marketing*, aspek *People* menjadi fondasi utama dalam perancangan strategi promosi. Kevin Loanda secara sadar mengidentifikasi audiens yang ingin dijangkau, yaitu komunitas barongsai, pecinta budaya Tionghoa, serta generasi muda pengguna aktif Instagram. Identifikasi audiens ini tidak bersifat sempit atau eksklusif, melainkan terbuka dan inklusif. Konten barongsai disajikan dengan pendekatan visual yang komunikatif, sehingga dapat dipahami dan dinikmati oleh audiens yang sebelumnya tidak memiliki latar belakang atau ketertarikan khusus terhadap seni barongsai. Pendekatan ini memperluas cakupan promosi budaya dan membuka ruang dialog lintas budaya.

Penyajian konten yang inklusif terlihat dari pemilihan bahasa visual yang universal, seperti ekspresi semangat, kekompakan tim, dan energi gerakan barongsai. Unsur-unsur tersebut mudah dipahami oleh berbagai lapisan audiens tanpa memerlukan pengetahuan budaya yang mendalam. Dengan demikian, promosi yang dilakukan tidak hanya memperkuat hubungan dengan komunitas yang sudah ada, tetapi juga menarik perhatian audiens baru yang sebelumnya asing dengan barongsai. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap audiens menjadi kunci dalam memperluas jangkauan promosi budaya di media sosial.

Dari sisi *Objectives*, tujuan utama strategi promosi yang dijalankan adalah memperkenalkan barongsai sebagai olahraga resmi sekaligus menjaga eksistensinya sebagai warisan budaya. Tujuan ini dijalankan secara konsisten melalui konten yang menampilkan dua dimensi barongsai secara seimbang. Barongsai tidak hanya ditampilkan sebagai pertunjukan estetis, tetapi juga sebagai aktivitas fisik yang membutuhkan kekuatan, keseimbangan, ketahanan, dan kerja sama tim. Penekanan pada aspek olahraga ini membantu mengubah persepsi audiens bahwa barongsai merupakan aktivitas yang serius dan menuntut disiplin tinggi.

Di sisi lain, nilai-nilai budaya yang melekat pada barongsai tetap disampaikan secara eksplisit maupun implisit. Filosofi gerakan, simbolisme kostum, serta makna kebersamaan dalam tim barongsai ditampilkan melalui visual dan narasi singkat. Dengan cara ini, audiens diajak memahami bahwa barongsai memiliki akar budaya yang kuat dan tidak dapat dipisahkan dari identitas serta sejarah masyarakat Tionghoa. Penyampaian tujuan yang seimbang antara olahraga dan budaya membuat promosi barongsai memiliki kedalaman makna dan tidak berhenti pada aspek hiburan semata.

Aspek Strategy dalam promosi barongsai melalui Instagram Reels diwujudkan melalui penerapan storytelling visual yang konsisten. Kevin Loanda mengemas setiap unggahan dengan alur cerita sederhana namun bermakna, seperti proses latihan rutin, persiapan sebelum tampil, hingga momen kebersamaan dan kekompakan tim. Cerita-cerita tersebut disampaikan dalam durasi singkat, tetapi mampu menghadirkan emosi dan kedekatan yang dirasakan oleh audiens. Storytelling ini membuat audiens tidak hanya melihat hasil akhir pertunjukan, tetapi juga memahami proses dan usaha yang ada di baliknya.

Penggunaan musik khas Tionghoa menjadi elemen penting dalam memperkuat storytelling visual. Iringan musik yang dipadukan dengan ritme cepat dan energik menciptakan suasana yang mendukung gerakan barongsai serta meningkatkan intensitas visual. Musik tidak hanya berfungsi sebagai latar, tetapi juga sebagai penanda identitas budaya yang memperkuat pesan promosi. Selain itu, pemilihan momen atraktif pada bagian awal video menjadi strategi krusial untuk mempertahankan perhatian audiens dalam format Reels yang berdurasi singkat. Detik-detik awal video dimanfaatkan untuk menampilkan gerakan paling menarik agar audiens terdorong untuk menonton hingga akhir.

Dari aspek Technology, Kevin Loanda memanfaatkan fitur-fitur Instagram *Reels* secara optimal untuk mendukung strategi promosi. Fitur *collaboration* digunakan untuk berkolaborasi dengan akun lain, baik individu maupun komunitas, sehingga konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Kolaborasi ini tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga memperkuat jaringan promosi budaya di ruang digital. Selain itu, penggunaan *hashtag* yang relevan membantu meningkatkan visibilitas konten dan memudahkan pengguna menemukan video yang berkaitan dengan Barongsai.

Fitur *insight Instagram* dimanfaatkan sebagai alat evaluasi untuk memantau performa konten. Data mengenai jangkauan, jumlah tayangan, serta tingkat interaksi audiens digunakan sebagai dasar untuk menilai efektivitas strategi promosi yang dijalankan. Dengan memanfaatkan data tersebut, Kevin Loanda dapat menyesuaikan jenis konten, waktu unggahan, serta pendekatan visual agar lebih sesuai dengan preferensi audiens. Pemanfaatan teknologi ini menunjukkan bahwa promosi budaya tidak hanya mengandalkan kreativitas, tetapi juga membutuhkan evaluasi berbasis data.

Jika dianalisis menggunakan model AIDA, tahap *Attention* berhasil dibangun secara kuat melalui kombinasi elemen visual dan audio. Warna kostum barongsai yang mencolok, gerakan dinamis, serta iringan musik dengan tempo cepat mampu menarik perhatian audiens sejak detik pertama video. Dalam konteks Instagram Reels yang kompetitif, kemampuan menarik perhatian pada awal video menjadi faktor penentu keberhasilan penyampaian pesan. Elemen-elemen tersebut membuat audiens berhenti menggeser layar dan memberikan fokus pada konten yang ditampilkan.

Tahap Interest kemudian terbentuk melalui penyisipan narasi singkat yang memberikan konteks terhadap visual yang ditampilkan. Narasi mengenai proses latihan, sejarah singkat barongsai, atau filosofi di balik gerakan membantu audiens membangun pemahaman yang lebih mendalam. Informasi disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan tidak berlebihan, sehingga audiens merasa tertarik tanpa merasa digurui. Tahap ini menunjukkan bahwa konten barongsai tidak hanya mengandalkan daya tarik visual, tetapi juga memadukan unsur informatif yang relevan.

Tahap Desire muncul ketika konten berhasil membangkitkan keterlibatan emosional audiens. Ekspresi semangat, kekompakan tim, serta suasana kebersamaan yang ditampilkan dalam video memunculkan rasa bangga dan apresiasi terhadap budaya barongsai. Audiens mulai merasakan kedekatan emosional dengan nilai-nilai yang ditampilkan, sehingga muncul keinginan untuk mengenal lebih jauh dan mendukung pelestarian budaya tersebut. Keterlibatan emosional ini menjadi indikator bahwa promosi budaya telah menyentuh aspek afektif audiens.

Tahap *Action* terlihat dari partisipasi nyata audiens dalam bentuk interaksi di media sosial. Audiens memberikan komentar, menyukai konten, membagikan ulang video, serta mengikuti *challenge* yang diinisiasi oleh Kevin Loanda. Tindakan-tindakan ini menunjukkan bahwa promosi barongsai melalui Instagram Reels tidak berhenti pada tingkat kesadaran dan ketertarikan, tetapi mampu mendorong audiens untuk terlibat secara aktif. Partisipasi tersebut memperkuat efektivitas Instagram Reels sebagai media promosi budaya yang bersifat dua arah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi barongsai melalui Instagram *Reels* efektif dalam membangun kesadaran budaya di kalangan generasi muda. Konten yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan visual, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pelestarian nilai-nilai tradisi. Barongsai diperkenalkan dalam bentuk yang modern, relevan, dan mudah diakses, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Tantangan utama yang dihadapi terletak pada upaya menjaga konsistensi unggahan serta memastikan pesan budaya tetap tersampaikan secara utuh di tengah keterbatasan durasi video pendek yang serba cepat. Meskipun demikian, strategi promosi yang diterapkan menunjukkan potensi besar media sosial sebagai ruang strategis dalam pelestarian budaya tradisional.

IV.SIMPULAN

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa:

1. Strategi promosi barongsai melalui Instagram Reels yang dilakukan oleh Kevin Loanda merupakan bentuk adaptasi komunikasi budaya yang relevan dengan perkembangan media digital saat ini.
2. Penerapan prinsip *Social Media Marketing* dan Model AIDA dalam promosi barongsai ini memperlihatkan bagaimana pendekatan komunikasi yang terstruktur mampu menjembatani seni tradisional dengan karakteristik audiens modern, khususnya generasi muda.
3. *Social Media Marketing*, aspek *People* menjadi pondasi awal yang menentukan keberhasilan promosi. Kevin Loanda mengidentifikasi audiens utama yang ingin dijangkau, yaitu komunitas barongsai, pecinta budaya Tionghoa, serta generasi muda pengguna aktif Instagram. Pemahaman terhadap audiens ini mempengaruhi gaya komunikasi yang digunakan, baik dari segi visual, bahasa, maupun tempo penyampaian pesan.
4. *Social Media Marketing*, aspek *Objectives* dalam strategi promosi ini juga menunjukkan kejelasan arah dan tujuan. Tujuan promosi tidak hanya terbatas pada peningkatan popularitas akun atau jumlah penonton, tetapi lebih jauh diarahkan pada upaya memperkenalkan barongsai sebagai warisan budaya yang masih relevan di era modern.
5. *Social Media Marketing*, aspek *Strategy*, promosi barongsai melalui *Instagram Reels* dilakukan dengan memadukan *storytelling* visual, narasi budaya, serta pemilihan momen atraktif. Setiap video disusun dengan mempertimbangkan alur cerita singkat yang mampu menarik perhatian sejak awal, mempertahankan minat audiens, serta menyampaikan pesan budaya secara ringkas namun bermakna. Penggunaan gerakan barongsai yang dinamis, ekspresi semangat para pemain, serta momen kebersamaan dalam latihan maupun pertunjukan menjadi elemen penting dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens. Musik tradisional Tionghoa yang digunakan dalam konten juga memiliki peran signifikan dalam memperkuat identitas budaya barongsai. Iringan musik yang dipadukan dengan ritme modern menciptakan suasana yang energik dan relevan dengan selera generasi muda.
6. *Social Media Marketing*, aspek Teknologi dalam turut mendukung efektivitas strategi promosi ini. Pemanfaatan fitur *Instagram Reels*, seperti penggunaan *hashtag*, kolaborasi dengan akun lain, serta analisis *insight*, memungkinkan konten menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, A. & Setiawan, J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat : CV Jejak
- Aprilya, T. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Nadyasfashop Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda. *E-Journal Ilmu Komunikasi* Vol. 5(1), 13-23
- Databoks.katadata.co.id. (2024). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/inimedia-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Ed. 12. Jakarta: PT Indeks
- Muntazah, A., Novalia, N., & Emeilia, R. I. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Pada Perusahaan Travel Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada CV. Khairil Tour & Travel). *Repository Universitas Bina Sarana Informatika (RUBSI)*, 5(4), 211–221. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/290301/Jurnal.pdf>
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo
- Pradika, D. R., Setyarahajoe, R., & Roosinda, F. W. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Influencer Pada Instagram Cleo Oxygen Dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness. *Intelektual: Jurnal Ilmu Administrasi Negara/Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 9(2), 180–188. <https://doi.org/10.55499/intelektual.v9i2.85>
- Pramudita, R., & Hidayat, R. (2020). Pengelolaan Akun Instagram sebagai Strategi Pembangunan Brand Awareness. *Journal of Communication and Business Studies (JCOBS)*, 6(1), 1-10.
- Prisgunanto, I. 2006. *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Resty, D., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2023). Analisis Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Instagram Kopi Lain Hati). *Prologia*, 7(1), 94–100. <https://doi.org/10.24912/pr.v7i1.15840>
- Rizky, Z. K. G., & Majid, N. (2023). Digital Marketing Communication Strategy to increase brand awareness of products at Mulyosari Group. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3(12), 2600–2607. <https://doi.org/10.55927/mudima.v3i12.7412>

- Rizal, FZ. 2019. Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Toko Kue Selebriti Bandung Makuta (@bandungmakuta) Terhadap Kesadaran Merek, *Inter Komunika* Vol 4 (1): 75-87
- Saniyyah, H. K. M., & Nasher, A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Jacob Koffie Huis Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Mediakom/Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 66–75
- Supriyadi B., Puspaningtyas M., et al., (2023). *Digital Marketing for Dummies; How to Optimize Digital Marketing with Integrated Strategies to Improve Business Performance in the Digital Age*. Indonesia: Janega Press.
- Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia. Diakses pada tanggal 27 Juni 2024. <https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketingindonesia-2024>